

## 企業・自治体訪問が学生の地元への定着に及ぼす効果

The effect of students visiting local companies and governments to promote their retention in the local community

川 瀬 隆 千

宮崎市の「地方創生人材育成支援事業」「地元とつながる人材育成支援事業」の助成を受け、本学の必修科目である「キャリア設計」の受講生（2年生）を対象に、「学生による企業・自治体訪問」を実施した。具体的には「グループで地元宮崎の企業等について調べた上で、その企業等を訪問して、そこで働く卒業生などにインタビューして、成果を報告する」という課題に取り組みさせた。

本学では宮崎市内や宮崎県内での就職を希望する学生は必ずしも多くないが、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みの後には、宮崎市内・宮崎県内での就職希望が増加した。これは地元企業等についての情報を学生が主体的に収集した成果であろう。

また、学生の就職に影響する要因として、地元志向と異文化志向の影響を検討した。地元志向の高い学生は地元での就職を希望し、異文化志向の高い学生は地元や出身地以外での就職を希望していたが、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みの後には、地元志向の高い学生の宮崎市内・宮崎県内希望が増加するとともに、異文化志向の高い学生においても、宮崎市内・宮崎県内を希望する割合が増加した。地元企業等についての情報を学生が主体的に収集、分析し、発表することは、学生の地元への興味関心を高め、地元志向を強めることが確かめられた。

**キーワード：**学生による企業・自治体訪問、就職先、地元志向、異文化志向、地元定着

### 目 次

- I はじめに
- II 方法
- III 結果
- IV 考察
- V 参考文献

## I はじめに

宮崎市では、15歳から24歳までの若年層が進学や就職を期に市外に転出し、若者の人口流出が顕著となっている状況を受け、市内の大学及び短期大学、地元の企業団体や企業組合が主体となって実施する「学生の地元志向の向上につながる取組」に対して支援を行ってきた。本論は宮崎市の「地方創生人材育成支援事業」「地元とつながる人材育成支援事業」の助成を受けて実施した取り組みについてまとめたものである。

宮崎県の「若者の県外流出要因等調査結果」(宮崎県, 2019)によれば、宮崎県内の大学生等(大学3年生、短大1年生、高専4年生)の約半数(46.9%)は、卒業後に県外で働きたいと考えている。大学生等が働く場所として県外を選んだ理由には、「県外の方が給与水準が高いと思うから」(34.7%)、「公共交通網が整備されており、利便性が高いから」(27.5%)、「文化施設・商業施設などが充実しておりプライベートを楽しむ環境があるから」(25.0%)などがある。

高見(2016)は、地方では賃金水準が低いことに加え、またオフィス系の仕事が少なく、医療福祉・介護・飲食など夕方から夜間、土日勤務の仕事などが多いなど、就業時間の面でも若者の希望に合わない現実があるという。もちろん、地方においても、特定の分野で競争力のある企業が少なくないが、特に中小企業などの場合には知名度が低いことも多く、学生はそれらの地元企業のことをよく知らないので、就職先としての選択肢に入っていない、と述べている。宮崎の場合も事情は同じである。学生は地元宮崎に多くの魅力的な企業があることを知らないため、宮崎の企業を選ぼうとしないのである。

したがって、宮崎の企業等に関する情報をより具体的に提供し、地元で働く魅力を伝えることが若者の地元宮崎への定着を促進する有効な方法となるだろう。その際には、一方的に情報を提供するのではなく、学生が自ら主体的に情報を収集、分析し、発表できるような仕組みを作ることが望ましい。

そこで、2017年度から2019年度に、宮崎市の「地方創生人材育成支援事業」「地元とつながる人材育成支援事業」の助成を受け、宮崎公立大学(以下、本学と言う)の必修科目である「キャリア設計」の受講生(2年生)を対象に「学生による企業・自治体訪問」を実施した。具体的には「グループで地元宮崎の企業等について調べた上で、その企業等を訪問して、そこで働く卒業生などにインタビューし、その成果を報告する」という課題に取り組みさせた。

このような課題を提示することにより、学生は主体的に地元宮崎の企業等の情報を収集、分析し、自分たちが発見した宮崎で働く魅力を発表することになるだろう。このような経験が学生の「就職先として考える場所」に影響し、宮崎市内・宮崎県内で就職したいと考える学生が増えることが期待される。

ところで、「就職先として考える場所」には個人的な要因も影響するだろう。ここでは、学生個人の持つ地元志向の傾向と異文化志向の傾向を取り上げ、それらが「就職先として考える場所」

に及ぼす影響を検討する。

地元志向とは、生まれ育った地域に留まろうという志向であり、自分の育ってきた地域（地元）へと向かう志向である。地元志向は、地元で定住したいという気持ち（地元への定住志向）と、地元の人や場所に対する愛着（地元への愛着）の2つの要素からなる（米原・田中, 2015）。一方、異文化志向は、外の世界、いわば異なる文化への関心や好奇心であり、居住する土地から離れる力の中核となるものである（前村, 2011）。

本論でこの2つの志向性を取り上げたのは、本学は地方の小規模単科大学であり、学生の半数は地元宮崎の出身であるが、本学人文学部は国際文化学科を有し、語学教育に力を入れ、留学制度も充実しているため、学生のグローバル志向が強く、外国語や外国での経験を生かして働きたいと希望する学生も多いからである。グローバル志向や異文化志向と地元志向の間には強い負の相関があることが報告されており（小山, 2017）、グローバルな志向性を持った学生は地元での就職にあまり関心がないと予想されるが、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みはグローバル志向の強い学生の意識を地元に向けることができるのか、検討したい。

一方、地元志向の強い学生は「学生による企業・自治体訪問」により強い興味・関心を持つだろう。親元で生活したい、宮崎から出て行きたくない学生にとって、地元企業等を訪問できることは魅力的だと思われる。ただし、地元志向の強い学生は就職に対してネガティブな傾向が強いという指摘もある。平尾・重松（2006）は、地元志向の強い学生は将来やりたい仕事があるわけでもなく、仕事する自分をイメージできず、就職活動に意欲的でもない。就職活動がうまくいかない場合には、フリーターもやむを得ないと就職活動の前から考えるような学生が多いという。地元志向の学生は総じて就職力が弱いと言わざるを得ないと述べている。「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みは地元志向の高い学生にどのような影響を及ぼすだろうか。

本論では、2018年度と2019年度に実施した「学生による企業・自治体訪問」に関わる一連の取り組みとその結果について報告する。

## II 方法

対象への興味や関心はその対象に向けて実際に行動することによって高まる。地元企業への興味関心や、地元で働くことの魅力を高めるには、学生が自ら地元企業の情報を収集、分析し、それらを他者に伝えることが必要である。このようなアクティブ・ラーニングは学生の積極性や実践力を育てることにもなる。

本学では2004年から2年生の必修科目として「キャリア設計」を設置し、低学年のうちから学生のキャリア意識の向上を図ってきたが、本取組は「キャリア設計」の講義内容に、宮崎の企業・自治体に関する情報収集、地元で働く魅力とその現実について考える時間を加えることによ

て実施した。

## 1 参加者

本学学生で2018年度および2019年度の「キャリア設計Ⅱ」受講生を対象とした。2018年度の受講生は215名、2019年度の受講生は209名であった。

## 2 学生による企業・自治体訪問の概要

宮崎市内および近郊の企業、自治体に対し、学生の訪問への協力を要請した。2018年度には19社、2019年度には20社の協力を得ることができた。協力が得られたのは、地元の銀行、メーカー、販売、保険、農協、ホテル、報道機関、IT企業、市役所・県庁などであった。学生にこれらの企業等のリストを示し、訪問したい企業等の希望をとった。必要に応じて抽選等を行い、訪問企業を決定した。訪問企業はひとり1社とした。

同じ企業を訪問する学生でグループを組み、訪問する企業について情報収集する事前演習を行った上で、グループで企業・自治体を訪問し、インタビュー等を行った。訪問後、グループで訪問についてまとめた上で（事後演習）、訪問の成果を発表し、他のグループの発表を聴く成果発表会を行った。

## 3 効果検証のための質問項目

「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組み（事前演習・訪問・事後演習・成果発表会）が、学生の「就職先として考える場所」に及ぼす影響を検討するため、取り組みの前後で、「現在、就職先として考えている場所」を尋ねた。

2018年度には、この設問への回答選択肢として「宮崎市内」「宮崎県内」「宮崎県外」「未定」を示し、これらの中から1つを選択させた。また、「宮崎県外」を選んだ者には、その理由を「宮崎では活躍できない」「宮崎は給与水準が低い」「県内企業を知らない」「地元が県外」から一つ選ばせた。これらの質問は取り組みの効果を検証する質問として「地方創生人材育成支援事業」「地元とつながる人材育成支援事業」の助成条件となっていたものである。

2019年度には、これらの質問を修正して提示した。まず、「現在、就職先として考えている場所」への回答選択肢として「宮崎市内」「宮崎県内」「宮崎県外（出身地）」「宮崎県外（出身地以外）」「未定」を示し、これらの中から1つを選択させた。宮崎出身の学生と宮崎県外出身の学生では、「宮崎県外での就職」の意味が異なるためである。宮崎県外出身の学生の場合、「宮崎県外」という選択肢には、「地元に戻って就職」と「地元でも宮崎でもない地域での就職」という2つの意味がある。そこで、2019年度の取り組みでは「宮崎県外」を「出身地」と「出身地以外」に分けた。また、「現在、就職先として考えている場所」が「宮崎市内」「宮崎県内」である場合にもその理由を尋ねた。回答選択肢として、「宮崎が好き」「働きたい企業等がある」「親のそばに

いたい」「友達が多い」「宮崎に貢献したい」「生活環境が良い」「福利厚生が充実している企業が多い」「県外の土地や雰囲気が好きではない」「その他」を示して選択させた（複数選択可とした）。「就職先として考えている場所」が「宮崎県外（出身地）」「宮崎県外（出身地以外）」の場合には、その理由として、「宮崎では活躍できない」「宮崎は給与水準が低い」「県内企業を知らない」「地元が県外」「働きたい企業等が県外にある」「宮崎は生活の便が悪い」「宮崎には娯楽が少ない」「県外に出てみたい」「一人暮らしがしたい」「宮崎が好きではない」「その他」を示し、選択させた（複数選択可）。これらの選択肢は宮崎県の行った「若者の県外流出要因等調査」（宮崎県，2019）で使用されたものである。さらに、「現在、就職先として考えている場所」を「未定」とした場合には、その理由を記述させた（自由記述）。

これらの質問を一連の取り組みを始める前（事前演習の前）と、取り組み後（成果発表会の後）で行い、その変化を比較した。

#### 4 地元志向・異文化志向に関する質問項目

学生の地元志向や異文化志向が「就職先として考える場所」に及ぼす影響を検討するため、参加者の地元志向と異文化志向を測定した。地元志向の測定には米原・田中（2015）の作成した「地元志向尺度」を用いた。これは「できるだけ自分の育ったところから離れたくない」「自分が地元の一員であるのを感じる」など10項目からなる尺度で、5件法で回答するものである。異文化志向の測定には前村（2011）の「異文化志向測定項目」を用いた。これは「自分とは違う文化についてよく知りたい」「外国で暮らしてみたい」など14項目について5件法で尋ねるものである。これらの質問は、事前演習の前に一度だけ行った。

### III 結果

#### 1 「就職先として考えている場所」の変化

「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みの前後で、「現在、就職先として考えている場所」を尋ねた。そして、2018年度には「宮崎市内」「宮崎県内」「宮崎県外」「未定」から、2019年度には「宮崎市内」「宮崎県内」「宮崎県外（出身地）」「宮崎県外（出身地以外）」「未定」から選択させた。2018年度の結果を表1に、2019年度の結果を表2に示す。

表1 「就職先として考えている場所」の変化(人数と%) 2018年度

	取り組み前		取り組み後	
	人数	割合(%)	人数	割合(%)
宮崎市内	6	3.4	8	5.3
宮崎県内	15	8.6	19	12.6
宮崎県外	98	56.3	83	55.0
未定	55	31.6	41	27.2

表2 「就職先として考えている場所」の変化(人数と%) 2019年度

	取り組み前		取り組み後	
	人数	割合(%)	人数	割合(%)
宮崎市内	8	4.7	18	10.1
宮崎県内	22	12.8	21	11.8
宮崎県外(出身地)	26	15.1	36	20.2
宮崎県外(出身地以外)	81	47.1	70	39.3
未定	35	20.3	33	18.5

表1、表2からわかるように、参加者である本学の2年生においては、「宮崎市内」での就職を希望する学生は1割に満たない。「宮崎県内」を含めても20%程度である。2年生の半数から6割は「宮崎県外」での就職を希望している。さらに、「未定」と回答した学生も多い。

このように、宮崎市内・宮崎県内での就職を希望する学生は少ないが、2018年度、2019年度ともに、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みの後には、「就職先として考えている場所」として、「宮崎市内」「宮崎県内」を選ぶ学生が増加した。このことは取り組みの成果であろう。

## 2 宮崎県外での就職を希望する理由

2018年度の取り組みでは、「宮崎県外」での就職を希望する理由について、「宮崎では活躍できない」「宮崎は給与水準が低い」「県内企業を知らない」「地元が県外」の選択肢から1つを選ばせた。その結果、表3に示したように、取り組みの後では「県内企業を知らない」「宮崎は給与水準が低い」「宮崎では活躍できない」の割合が減少していた。

表3 就職先として宮崎県外を希望する理由

	取り組み前		取り組み後	
	人数	割合(%)	人数	割合(%)
宮崎では活躍できない	14	13.6	1	12.9
宮崎は給与水準が低い	22	21.4	16	18.8
県内企業を知らない	8	7.8	3	3.5
地元が県外	32	31.1	41	48.2

2019年度の取り組みでは、宮崎県外を希望する理由について、より多くの選択肢を示して尋ねた。結果を表4に示す。2018年度同様に、「県内企業を知らない」という理由が減少した。また、「宮崎では活躍できない」「宮崎は給与水準が低い」という理由も減少していた。

表4 「就職先として考えている場所」を宮崎県外と答えた理由と変化（人数と％）2019年度

	取り組み前		取り組み後	
	人数	％	人数	％
宮崎では活躍できない	15	14.2	10	9.4
宮崎は給与水準が低い	28	26.4	25	23.6
県内企業を知らない	18	17.0	10	9.4
地元が県外	39	36.8	44	41.5
働きたい企業等が県外にある	30	28.3	35	33.0
宮崎は生活の便が悪い	43	40.6	46	43.4
宮崎には娯楽が少ない	37	34.9	30	28.3
県外に出てみたい	45	42.1	31	29.2
一人暮らしがしたい	13	12.3	13	12.3
宮崎が好きではない	6	5.7	9	8.5
その他	11	10.3	7	6.6

このような結果は、一連の取り組みによって、参加学生たちが県内企業等に関する具体的な情報を得ることができ、漠然としたイメージが改善されたためと思われる。学生が主体的に情報を収集し、分析した成果であると思われる。

なお、2019年度の取り組みでは、宮崎市内・宮崎県内を希望する理由についても尋ねた。結果を表5に示す。取り組み後には、「宮崎が好き」「親のそばにいたい」など、多くの理由が減少し、「福利厚生が充実している企業が多い」「県外の土地や雰囲気が好きではない」が増加していた。

表5 「就職先として考えている場所」を宮崎市内・県内と答えた理由と変化（人数と％）2019年度

	取り組み前		取り組み後	
	人数	％	人数	％
宮崎が好き	19	65.5	19	48.7
働きたい企業等がある	7	24.1	8	20.5
親のそばにいたい	14	46.7	11	28.2
友だちが多い	3	10.3	4	10.3
宮崎に貢献したい	12	41.4	14	35.9
生活環境が良い	15	50.0	17	43.6
福利厚生が充実している企業が多い	0	0.0	2	5.1
県外の土地や雰囲気が好きではない	0	0.0	4	10.3
その他	3	10.0	4	10.3

### 3 出身地と「就職先として考えている場所」の変化

宮崎市内・宮崎県内出身の学生は、就職先として宮崎市内・宮崎県内を希望する傾向が強いと思われる。そこで、出身地（宮崎市内・宮崎県内・宮崎県外）別に、取り組みの前後での「就職先として考えている場所」の変化について検討した。表6は2018年度の結果、表7は2019年度の結果である。

表6 出身地別に見た「就職先として考えている場所」の変化 (2018年度)

出身地	希望地	取り組み前		取り組み後	
宮崎市内	宮崎市内	4	12.5	6	17.6
	宮崎県内	3	9.4	4	11.8
	宮崎県外	11	34.4	14	41.2
	未定	14	43.8	10	29.4
宮崎県内	宮崎市内	1	2.5	1	2.9
	宮崎県内	12	30.0	14	41.2
	宮崎県外	13	32.5	8	23.5
	未定	14	35.0	11	32.4
宮崎県外	宮崎市内	1	1.0	1	1.2
	宮崎県内	0	0.0	1	1.2
	宮崎県外	74	72.5	61	73.5
	未定	27	26.5	20	24.2

表7 出身地別に見た「就職先として考えている場所」の変化 (2019年度)

出身地	希望地	取り組み前		取り組み後	
宮崎市内	宮崎市内	5	11.6	10	24.3
	宮崎県内	8	18.6	7	17.1
	宮崎県外	20	46.6	14	34.1
	未定	10	23.3	10	24.4
宮崎県内	宮崎市内	2	5.1	6	14.3
	宮崎県内	11	28.2	12	28.6
	宮崎県外	18	46.2	15	35.7
	未定	8	20.5	9	21.4
宮崎県外	宮崎市内	1	1.1	2	2.1
	宮崎県内	3	3.3	2	2.1
	出身地	23	25.6	36	37.9
	出身地以外	46	51.1	41	43.2
	未定	17	18.9	14	14.7

表6、表7に示したように、本学2年生においては、宮崎市内・宮崎県内出身の学生であっても、「就職先として考えている場所」に宮崎市内・宮崎県内を選ぶ学生は多くない。しかし、「学生による企業・自治体訪問」の一連の取り組みの後には、宮崎市内・宮崎県内を選ぶ学生が増加する傾向があった。このことは、本取り組みが地元宮崎の学生の地元宮崎への就職・定着を促進する可能性を示している。

一方、表6(2018年度の結果)から、一連の取り組みは宮崎県外出身の学生にはほとんど影響を及ぼしていないように見える。しかし、表7(2019年度の結果)を見ると、取り組み後には宮崎県外出身の学生において、「出身地」を選ぶ割合が増加していた。このことは、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みが学生の地方への定着を促進する可能性を示すものであると言えるだろう。



#### 4 地元志向と異文化志向が「就職先として考えている場所」に及ぼす影響

次に、学生の地元志向と異文化志向が「就職先として考えている場所」に及ぼす影響について検討した。

地元志向尺度と「異文化志向測定項目」のそれぞれの平均点を基準にして、平均点より得点の高い学生を「高群」、低い学生を「低群」とした。そして、「地元志向高群」「地元志向低群」「異文化志向高群」「異文化志向低群」における「就職先として考えている場所」について、一連の取り組みの前後で比較した。2018年度の結果を表8に、2019年度の結果を表9に示す。

表8 地元志向と異文化志向と「就職先として考えている場所」の変化（2018年度）

志向性	希望地	取り組み前		取り組み後	
地元志向低群	宮崎市内	0	0.0	2	3.1
	宮崎県内	2	2.4	2	3.1
	宮崎県外	54	65.9	39	60.9
	未定	26	31.7	21	32.8
地元志向高群	宮崎市内	6	6.6	5	6.8
	宮崎県内	13	14.3	16	21.9
	宮崎県外	43	47.3	33	45.2
	未定	29	31.9	19	26.0
異文化志向低群	宮崎市内	3	3.9	3	4.9
	宮崎県内	11	14.3	13	21.3
	宮崎県外	35	45.5	30	49.2
	未定	28	36.4	15	24.6
異文化志向高群	宮崎市内	3	3.2	4	5.3
	宮崎県内	4	4.2	5	6.7
	宮崎県外	61	64.2	41	54.7
	未定	27	28.4	25	33.3

予想されたように、地元志向の高い学生は「宮崎市内」「宮崎県内」での就職を希望し、異文化志向の高い学生は「宮崎県外」や「出身地以外」での就職を希望する傾向があった。しかし、そのような傾向は「学生による企業・自治体訪問」に関わる一連の取り組みの後には変化していた。

表8（2018年度の結果）を見ると、「地元志向高群」と「異文化志向低群」は、「地元志向低群」・「異文化志向高群」より、一連の取り組みの後に、「就職先として考える場所」に「宮崎市内」「宮崎県内」を選ぶ割合が増加した。地元志向が高く、異文化志向の低い学生が、「学生による企業・自治体訪問」に関わる一連の取り組みを経験することを通して、地元で就職したいという希望をより強めた結果と考えられる。また、「異文化志向高群」においては、一連の取り組み後に、「宮崎県外」を選択する割合が低下した。このことは、異文化志向の強い学生であっても、地元企業等について具体的に知ることによって、その関心を地元に向けることができることを示すものである。

一方、表9（2019年度の結果）を見ると、地元志向低群と異文化志向高群においては、「就職先として考える場所」として、「宮崎県外（出身地以外）」を選ぶ割合が減少した。さらに、「異文化志向高群」においては、「宮崎市内」「宮崎県内」を選ぶ割合が増加した。このことは、たと

え強い異文化志向を持った学生であっても、その興味関心を地元に向けることが可能であることを示している。地元への興味関心を高める手段として、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みはきわめて有効であると言えるだろう。

表9 地元志向と異文化志向と「就職先として考えている場所」の変化（2019年）

志向性	希望地	取り組み前		取り組み後	
地元志向低群	宮崎市内	1	1.2	4	5.5
	宮崎県内	6	7.4	8	11.0
	出身地	9	11.1	8	11.0
	出身地以外	50	61.7	36	49.3
	未定	15	18.5	17	23.3
地元志向高群	宮崎市内	7	7.8	12	14.0
	宮崎県内	16	17.8	12	14.0
	出身地	16	17.8	20	23.3
	出身地以外	31	34.4	27	31.4
	未定	20	22.2	15	17.4
異文化志向低群	宮崎市内	7	8.9	14	18.7
	宮崎県内	20	25.3	14	18.7
	出身地	11	13.9	10	13.3
	出身地以外	29	36.7	22	29.3
	未定	12	15.2	15	20.0
異文化志向高群	宮崎市内	1	1.1	2	2.4
	宮崎県内	2	2.2	6	7.2
	出身地	13	14.3	18	21.7
	出身地以外	52	57.1	40	48.2
	未定	23	25.3	17	20.5

#### IV 考察

これまで見てきたように、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みにより、「就職先として考えている場所」として「宮崎市内」「宮崎県内」を選ぶ学生の割合が増加した。

これは、地元宮崎の企業等を訪問し、そこで働いている人たちの話を直接聞くことにより、県内企業についての具体的な情報を得ることができ、「給与水準が低い」「宮崎では活躍できない」などの漠然としたイメージが修正・改善された結果であろう。学生が主体的に情報を収集し、分析した成果と言える。

このような効果は、特に、宮崎市内・宮崎県内出身の学生において認められたが、それだけではなく、宮崎県外出身の学生においても、「就職先として考えている場所」に「出身地」を選ぶ学生が増加する傾向があった。このような結果は、「学生による企業・自治体訪問」のような取り組みが学生の地方への定着を促進する可能性を示すものと言えるであろう。

本論では、「就職先として考えている場所」と地元志向、異文化志向との関係についても検討した。地元志向の高い学生は地元での就職を希望し、異文化志向の高い学生は出身地以外での就職を希望する傾向は予想通りであるが、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みの後には、地元志向の高い学生が「就職先として考えている場所」として「宮崎市内」「宮崎県内」を選ぶ割合が増加した。地元企業等に関する情報を収集し、それを分析、発表する取り組みは、地元志向の高い学生の地元への定着をより促進する働きがあると言えるだろう。

しかし、先にも述べたように、地元志向の強い学生は就職活動にネガティブであり、将来やりたい仕事があるわけでもなく、仕事する自分をイメージできないと言われる（平尾・重松，2006）。大学も含めた地域全体で、地元志向の強い若者の働く力を高める努力が必要であろう。

一方、「学生による企業・自治体訪問」に関する一連の取り組みは、異文化志向の強い学生にも影響を与えた。異文化志向の高い学生は宮崎県外での就職を希望する傾向が強いが、一連の取り組みの後には、その割合が低下していた。さらに「就職先としての考える場所」に「宮崎市内」「宮崎県内」を選ぶ割合が増加することも認められた。地元企業等に関する情報を主体的に収集、分析し、発表する経験を通して、異文化志向の強い学生であっても、その関心を地元に向ける可能性があるのである。異文化志向を持つ若者が地元地域に関心を持つことは、地域の発展にも寄与するであろう。地域社会全体で、若者の異文化志向やグローバルな関心に応えていくことが必要である。

## V 参考文献

- 平尾元彦・重松政徳 2006 大学生の地元志向と就職意識 大学教育（山口大学教育機構），3，161-168
- 小山 治 2017 グローバル志向は地元キャリア志向と矛盾するのか—地域移動類型を踏まえた地方出身者の分析— 大学評価研究，16，87-98
- 前村奈央佳 2011 移動と定住に関する心理的特性の検討—異文化志向と定住志向の測定および関連性について— 関西学院大学 先端社会研究所紀要，6，109-124
- 宮崎県 2019 「若者の県外流出要因等調査結果」
- 高見具広 2016 若者の地域定着・還流のための「働く場」の問題—地方圏における課題と取り組み— ビジネス・レーバー・トレンド 2016年5月号（特集：地域雇用と若者の就業—移動・定着の実態），12-15
- 米原拓矢・田中大介 2015 地元志向と心理的特性との関連—新たな発達モデルの構築に向けて— 地域学論集（鳥取大学），11（3），139-157

※本取り組みは宮崎市の「地方創生人材育成支援事業」「地元とつながる人材育成支援事業」の助成を受けて行われた。